N°
28

Etudier la fréquentation dans les espaces naturels.fr : méthodologie

Outils de gestion et de planification

3.1 - Synthèse des étapes

3.1.1 ETAPE 1 : UNE REFLEXION INTERNE PREALABLE

1. Intégrer l'étude de fréquentation à la planification générale: ce qu'on en fera.

2. Déterminer ses objectifs et l'objet de la recherche (les questions que l'on se pose).

3. Dimensionner l'étude (espace seul, espace et environs, vivier de visiteurs, international).

4. Planifier les études de fréquentation dans le temps (fréquence, alternance d'enquêtes lourdes et légères, stockage et accessibilité des données).

5. Déterminer les moyens à mettre en oeuvre (temps, personnel, matériel, finances).

6. Organiser les partenariats possibles.

7. Déterminer les choix opérationnels (à quels degrés faire et faire faire).

8. Sélectionner les sous-traitants (savoir-faire, expérience, spécificités).

9. Prévoir la restitution des résultats et ses objectifs (pour quoi faire).

3.1.2 ETAPE 2 : LA PREPARATION ET L'ORGANISATION

1. Constituer les équipes, les plannings et organiser l'accumulation d'expérience.

2. Choisir la période, les dates et les sites (tenir compte des événements locaux ou régionaux).

3.1.3 ETAPE 3 : LE RECUEIL DES DONNEES

1. L'importance des données quantitatives et, en particulier, des comptages routiers.

2. Le recrutement et le briefing des personnels chargés des enquêtes et des comptages.

3. Le choix et la cohérence des emplacements de comptage (routiers, parkings, sentiers) et d'enquête sentier (+ nationale éventuellement).

4. Le suivi logistique.

3.1.4 ETAPE 4 : TRAITEMENT & ANALYSE

1. Définition des variables clés (quantitatives et qualitatives).

2. Extrapolation des données manquantes à partir des comptages routiers.

3. Calcul des tendances, rapprochement des historiques.

4. Visualisation cartographique des données et rapprochement des données topographiques ou faunistiques.

5. Définition des profils et des groupes typologiques, contenu de ces groupes, relations entre les groupes, construction de mappings.

6. Projections à moyen terme, conditions de ces projections.

7. Définition des indicateurs de suivi dans le temps (enquêtes légères).

8. Méthodologies et outils d'extrapolation.

3. Déterminer les choix méthodologiques pour les comptages, pour les enquêtes (prudence, diversité, compatibilité des outils et des méthodes). 4. Construire le questionnaire (allers et retours, enquêtes à blanc, détermination des questions récurrentes). 5. Prévoir le stockage et l'accès aux données (données brutes).	9. Comparaisons sectorielles. **3.1.5 ETAPE 5 : RESTITUTION DES RESULTATS** 1. Définir les publics destinataires. 2. Organiser les présentations selon les publics. 3. Exploiter les moyens cartographiques (logiciels, SIG). 4. Alterner documents écrits et présentations orales. 5. Répartir la communication dans le temps. 6. Faire le bilan opérationnel et de l'exploitation de l'étude.

Haut de page

Tous droits réservés © - Propriété de l'OFB